

ESG

2022/23

環境、社會
及管治報告

 阿里巴巴 影業集團[™]
Alibaba Pictures

Alibaba Pictures Group Limited
阿里巴巴影業集團有限公司

股份代號:1060

目錄

關於本報告	2
關於阿里影業	4
董事會ESG聲明	6
利益相關方溝通	7
重大性議題判定	8
1 責任治理	9
1.1 ESG管治	9
1.2 風險控制	10
1.3 廉潔建設	12
1.4 數據安全與隱私保護	13
2 員工管理	17
2.1 平等僱傭	17
2.2 培訓發展	21
2.3 健康安全	25
2.4 薪酬關愛	26
3 產品責任	30
3.1 傳遞正能量	30
3.2 內容治理與廣告合規	35
3.3 知識產權與版權保護	37
3.4 客戶服務	38
4 生態共建	41
4.1 供應商管理	41
4.2 社區公益	42
4.3 綠色運營	44
ESG索引表	49
讀者反饋表	54

關於本報告

報告簡介

本報告為阿里巴巴影業集團有限公司(「阿里影業」)或「本公司」發佈的2022/23年環境、社會及管治報告，旨在展示阿里影業及其列入年報範圍的主要附屬公司在環境、社會及管治的策略、管理和實踐情況。

報告範圍

本報告披露的資料和數據覆蓋阿里巴巴影業集團有限公司及其列入年報範圍的主要附屬公司，報告時間跨度為2022年4月1日至2023年3月31日(報告期)。

指代說明

為便於表述，報告中「阿里影業」「本公司」「我們」均指代阿里巴巴影業集團有限公司，「本集團」指代阿里影業連同其附屬公司的合稱，「阿里巴巴集團」指代阿里巴巴集團控股有限公司連同其附屬公司的合稱。

編制依據

本報告遵循《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(《ESG報告指引》)的相關規定編制而成。

信息來源

本報告所引用的資料與數據均來源於本集團的正式文件、統計報告與財務報告，且經由相關部門統計、匯總及審核。如無特別說明，本報告中的金額類數據均為人民幣。

匯報原則

重要性原則：報告中披露重大性議題矩陣，詳細闡述重大性議題判定過程及最終結果，同時列舉重要的利益相關方，以及相對應的溝通措施。具體內容詳見「利益相關方溝通」和「重大性議題判定」。

量化原則：本報告中所披露的環境數據均註明參考標準、計算方法以及參數，並遵循《ESG報告指引》意見。

平衡原則：本報告客觀披露正面和負面信息，確保內容平衡。

一致性原則：本報告所披露的信息覆蓋阿里巴巴影業集團有限公司及其附屬公司，與年報範圍保持一致。本報告編寫方法與上一財年保持一致，若披露範圍和計算方法有變化可能會影響與往年報告的比較，我們會對相關數據進行解釋。

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

阿里影業官網(<http://alibabapictures.com>)

香港聯合交易所網站(<https://www.hkexnews.hk>)

關於阿里影業

阿里影業是以互聯網為核心驅動的影視實業公司，擁有內容生產製作、互聯網宣傳發行、衍生品授權及綜合開發、院線票務管理及數據服務的全產業鏈娛樂平台。

秉持「內容+科技」的核心戰略，阿里影業致力於為市場輸送有影響力、正能量的優質影視內容，並挖掘互聯網與傳統影視行業整合及創新應用的全部業務潛能，引領行業全鏈路向數字化和智慧化變革。

基於自身大數據支持和阿里巴巴集團生態資源的協同效應，阿里影業正在打造三大版塊的核心業務：包含國際和國內兩大範疇的內容製作業務；互聯網與傳統線下發行相結合的互聯網宣發業務；依託阿里巴巴生態體系所延伸出的綜合開發業務。

通過打造行業新基礎設施、佈局互聯網影視全產業鏈，阿里影業將不斷賦能行業合作伙伴，持續為廣大消費者提供快樂的影視文娛服務。

內容

內容業務是本集團重要的核心業務，目前主要由電影內容、劇集內容以及其他領域內容構成。本集團報告期內參與了26部電影的出品和發行，覆蓋喜劇、愛情、劇情、動畫多個品類，包括《流浪地球2》《獨行月球》《人生大事》《保你平安》《鈴芽之旅》等。本集團投資的影片同時斬獲了多項行業大獎，如在35屆中國電影金雞獎中多個影片包攬了最佳男主角、最佳導演、最佳故事片、最佳美術等多個重量級獎項。除深度佈局院線電影外，本集團在不斷拓寬內容賽道，通過運營工作室的模式建立與平台、編劇及各合作方之間的緊密聯繫，在生產工業化中持續打造精品內容。

科技

科技業務是本集團戰略中重要的組成部分。本集團積極探索面向未來的智能數字科技業務，建設數字化拍攝整體解決方案，推動創新科技在影視內容創作領域的應用，助力於文娛產業的數字化產業的升級。本集團科技業務主要由平台票務、數智化業務以及其他業務構成，包括淘票票、鳳凰雲智、雲尚製片等業務產品。此外，為探索更多會員業務數字化方式，本集團推出的數字人釐里，為阿里影業旗下首個超寫實虛擬偶像，並陸續為淘麥VIP等項目代言。

IP衍生及商業化

IP衍生及商業化業務是本集團延展娛樂產業版圖邊界的核心業務。作為阿里巴巴生態的一環，本集團能夠觸達和使用諸多有溫度、有故事的IP，通過影劇綜等內容載體，表達和傳遞用戶內心的情感和需求，IP衍生品提供更豐滿、親切和具象化的產品體驗。除了能夠最大化內容生態體系的協同效應，本集團還通過線上線下場景，讓市場與IP角色和他們的故事建立更深刻的聯繫。本集團不僅是IP內容的發掘方，還是以IP為核心的服務平台。本集團能夠一次性打通授權和營銷環節，並通過借助阿里巴巴生態體系的內外資源構建「IP2B2C」的完整鏈路，持續扶植頭部商家，助力孵化新品牌，發掘潮流新興趨勢，以平台之力助推中國授權產業發展。

董事會ESG聲明

阿里影業堅持可持續發展戰略，重視環境、社會、管治(ESG)相關事項，致力於維持高水準的公司治理，以維護投資者、客戶、員工、供應商和商業夥伴等利益相關方的權益。

董事會是ESG事宜的最高負責及決策機構，定期審議批准本集團的ESG戰略及目標，監督ESG工作的落實情況，對公司ESG策略及匯報承擔相應責任。同時，董事會對ESG相關風險進行識別、評估、排序及管理，對重大ESG風險進行監督。董事會下設由公司管理層組成的ESG執行小組，負責統籌ESG相關工作，為董事會審議提供決策支持，並定期向董事會匯報重大ESG風險事件及目標落實情況。ESG執行小組下設ESG工作小組，由相關部門組成，負責開展ESG相關具體工作。

本集團高度重視各利益相關方的關切和訴求，不斷健全完善利益相關方管理機制，通過多元化渠道保持與利益相關方的溝通，定期了解利益相關方的期望和要求。本集團識別並評估ESG重要議題及優先事項，評估結果經董事會審核，並在「利益相關方溝通」和「重大性議題判定」章節進行充分披露。本集團充分考慮公司業務發展戰略，參考同行最佳實踐，在重點ESG議題方面制定明確的工作目標和工作計劃。董事會發揮監管職能，對ESG目標和計劃進行審閱，監督相關目標落地，並通過ESG工作小組對目標的完成情況進行監督考核。報告期內，董事會對商業道德及反腐敗、數據安全與隱私保護、人才多元化與發展等方面的進行重點審閱和監督，並對2023/24年工作計劃進行批准。

本報告詳盡披露本集團2022年4月1日至2023年3月31日期間的ESG工作進展，並於2023年5月31日經董事會審批通過。

利益相關方溝通

利益相關方的期待和建議是本集團持續發展的重要參考。阿里影業高度重視來自不同利益相關方的聲音，並通過多樣化的渠道和各利益相關方保持穩定的溝通與聯繫。

利益相關方	要求與期望	溝通及回應
政府／監管機構	遵守法律法規 依法納稅 商業道德	合規管理 來訪接待 監督檢查 定期匯報
投資者	財務業績 業務發展 信息披露 溝通渠道	定時披露財務及經營信息 股東大會 公司網站 投資者關係郵箱
客戶	提供高品質的產品和服務 滿足客戶多元需求 反饋渠道	產品宣傳和推廣 客戶拜訪 合作溝通
員工	維護員工權益 職業發展 保障職業健康 平衡工作生活	內部辦公系統 員工培訓 午餐會 意見徵集
觀眾及用戶	數據安全與隱私保護 用戶體驗 產品質量	用戶反饋意見收集 社交媒體互動
供應商和商業夥伴	公開、公平採購 信守合約 合作共贏	公開招標 合作協議 行業交流
社區	參與社區發展 支持公益慈善事業 能源管理和碳排放	媒體活動 志願者服務 社區溝通

重大性議題判定

來自社會各界的利益相關方意見對阿里影業的ESG重大性議題判定有著重要的影響。為識別阿里影業的重大ESG問題並確定報告邊界，本集團通過三個步驟進行重大性議題評估。

步驟一：識別

回顧上一財年的重大性議題，根據行業特性、媒體監測及國際報告準則的對標分析結果，初步生成重大性議題清單。

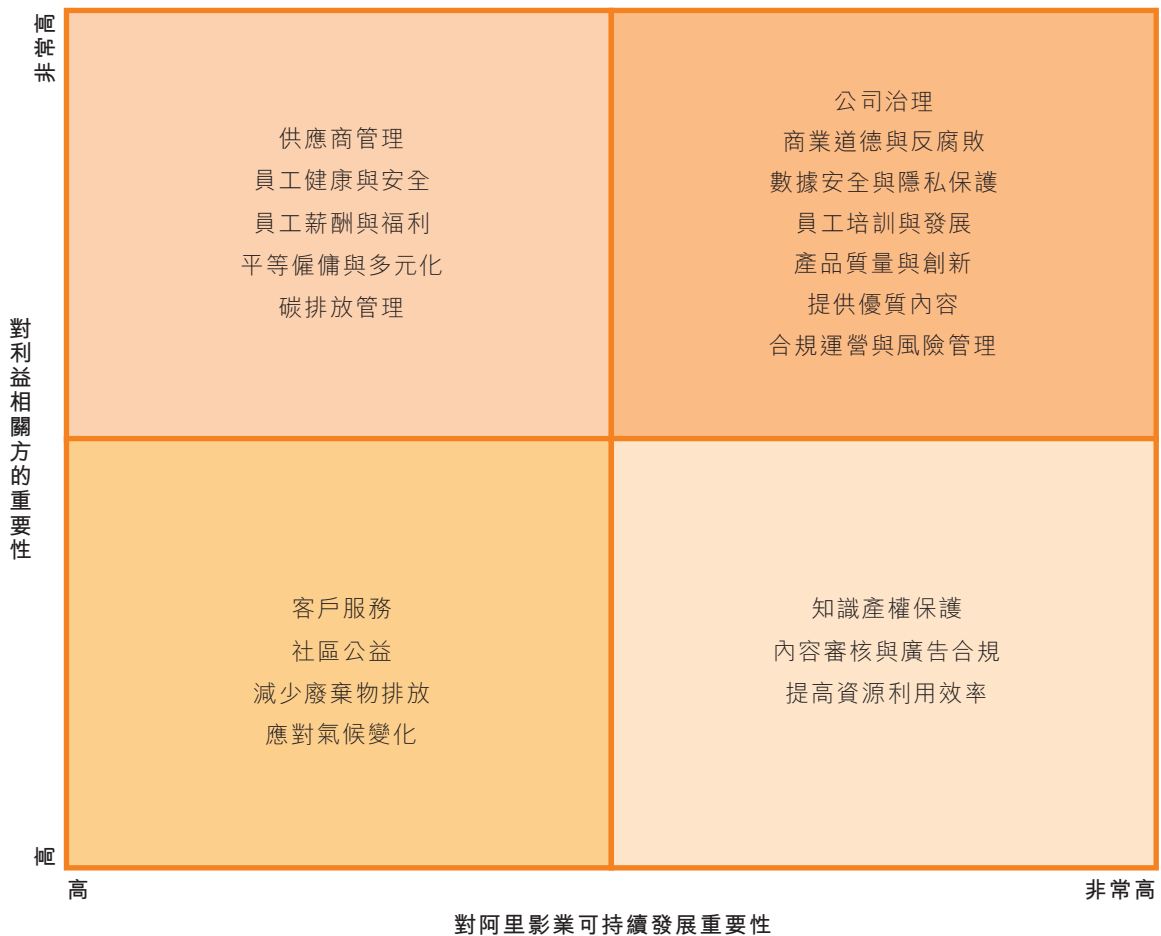
步驟二：排序

分析各利益相關方的關注重點，結合公司業務發展戰略，對重大性議題優先級進行調整及排序，形成重大性議題矩陣。

步驟三：確認

審閱及確認阿里影業重大性議題矩陣，確定報告邊界，更好地回應利益相關方訴求。

報告期內，公司識別的重大性議題矩陣如下：



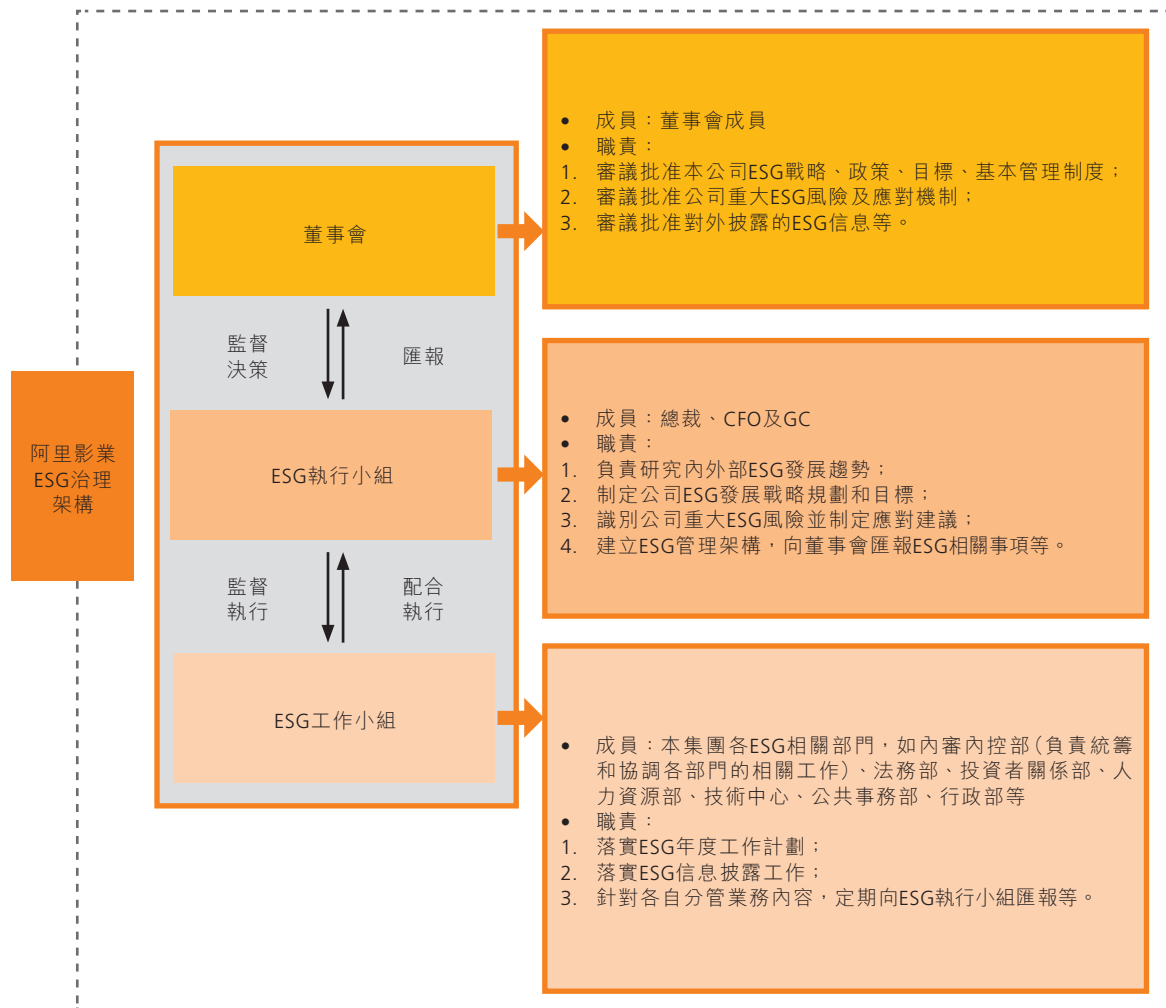
圖：阿里影業重大性議題矩陣

1 責任治理

阿里影業致力於將ESG理念有機融入公司的發展戰略中，將穩固的治理架構及內控體系視為企業健康發展的基石和重要保障。本集團完善 ESG 治理體系，加強企業運營風險管控，嚴格遵守誠實守信、廉潔自律的商業準則，提升公司治理水平。

1.1 ESG 管治

阿里影業建立權責分明的ESG治理體系，明確各層級治理職能，保障公司ESG工作的制度化、規範化和專業化管理。本集團形成了以董事會、ESG執行小組為管治層，ESG工作小組為執行層的管治架構。董事會作為ESG相關事宜的最高責任人，負責審議批准ESG戰略、政策、目標、重大ESG風險識別及應對工作，定期監督和考核ESG目標完成情況。ESG執行小組由業務總裁、首席財務官(CFO)及首席法務官(GC)組成，負責統籌指導ESG工作開展，定期向董事會匯報ESG工作開展及目標完成進度。本集團各ESG相關部門，組成ESG工作小組，其中包括內審內控部、人力資源部、技術中心等，負責落實和開展具體ESG專項工作，並定期向ESG執行小組進行匯報。



圖：阿里影業ESG治理架構

2022年12月，憑藉優秀的ESG表現，本集團在「第七屆智通財經上市公司評選」中榮獲「最佳ESG獎」。

2023年2月，阿里影業MSCI ESG評級上調至BBB級，位於國內電影娛樂行業領先水平。



圖：阿里影業榮獲最佳ESG獎

1.2 風險控制

阿里影業建立了完善的風險管控體系，保障集團內部風險管理工作有效開展。同時，本集團定期開展風險合規審計，不斷提升集團風險防範意識，加強風險管理能力，確保公司運營穩定高效。

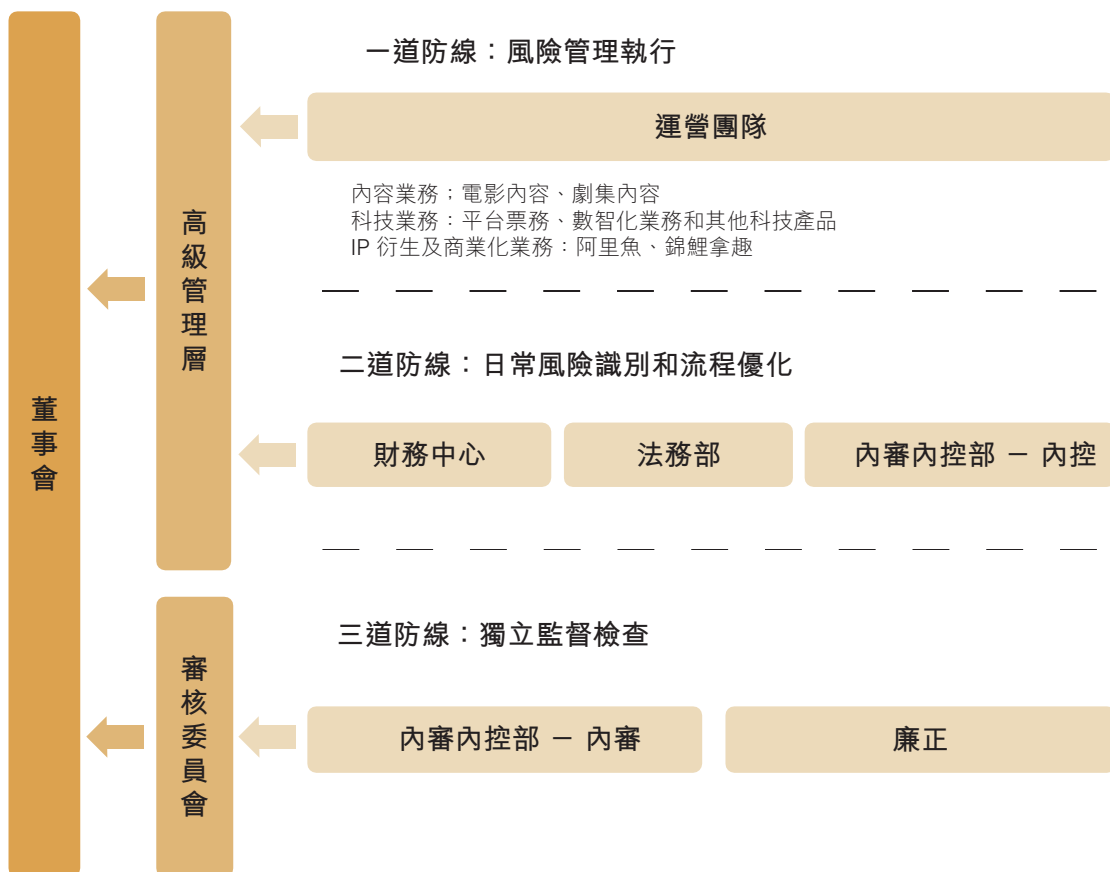
董事會是公司風險管理最高控制和決策機構，全面負責風險管理工作的有效性。董事會審核委員會（「審核委員會」）代表董事會履行風險管理及內部監控職責，負責落實本集團風險管理體系建設、風險監控及管理制度建設、重大風險識別及治理、監督評價等各項工作；各部門作為風險管理的第一責任人，負責落實本業務線的風險管理體系建設與風險治理工作。

本集團設立「三道防線」的風險管控機制，並在每個團隊中配備了經驗豐富的專業人員，層層把關，有效應對內外部風險。

第一道防線由各業務運營團隊組成，負責對本部門內部的風險進行識別、預警和控制自評估，並按公司統一要求上報風險事件和風險數據信息。

第二道防線由財務中心、法務部、內審內控部－內控團隊組成一個虛擬組織，負責本集團風險管理的整體協調工作，包括風險管理整體方案的制定、日常風險信息的收集、識別、評估、應對及監督，並從各自專業領域牽頭承擔起各類風險的管理工作。

第三道防線屬於獨立監督職能，由內審內控部－內審團隊和廉正團隊組成。其中，內審內控部－內審團隊負責進行獨立監督和獨立的內部審核，負責評估集團風險管理流程、內部監控系統的成效，廉正團隊負責進行獨立的合規和反舞弊檢查，負責評估集團全體員工在對外商業合作和對內工作履職時，對國家法律和公司內部合規管理制度的遵守情況。內審內控部門負責定期遞交審計計劃及相關的風險管理與內部監控報告供審核委員會審閱。審核委員會負責審核年度審核計劃以及審閱風險管理與內部監控報告。



圖：阿里影業風險控制架構

1.3 廉潔建設

阿里影業秉持廉潔誠信、陽光公正的態度，堅決抵制任何違反商業道德的賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢等行為。本集團遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》及《香港防止賄賂條例》(香港法例第201章)等相關法律及規定，依托《阿里巴巴集團競爭合規管理規定》《阿里巴巴影業集團商業行為準則》，制定《阿里影業反賄賂反腐敗政策》等內部政策，適用於阿里影業全體員工及供應商，以提高員工的廉潔意識，為管理違反商業道德的行為提供依據，嚴禁賄賂等腐敗行為。

為了實現對商業道德文化建設和反貪腐工作的嚴格管控，阿里影業設立廉正合規部，對腐敗事件的監督和預防進行管理，並向審核委員會及大文娛集團首席人力資源官(CPO)進行匯報。本集團不定期開展反貪腐專項審計，對勞務用工等自主權、業務操作空間較大的領域開展審計監督，確保阿里影業的商業道德監管體系進一步完善。

為全面加強廉潔合規意識建設，阿里影業開展覆蓋全體員工的商業道德培訓，並要求全體員工在入職時簽署《廉正承諾書》。報告期內，本集團共開展5場反腐敗相關培訓，包括新員工入職廉正合規培訓、面向反腐敗培訓、制度準則宣講與廉正案例宣貫等，覆蓋全體員工。同時，本集團開展了包含董事、總裁以及員工的全員商業準則考試，考試覆蓋率達100%。

本集團對所處高風險採購部門的採購人員進行嚴格的監督，杜絕員工與供應商之間存在非正常來往關係，禁止員工做出收受任何有價值之物，接受宴請、收取疏通費等違反商業道德的行為。同時，本集團也禁止員工對外泄露採購策略、招標文件等與供應商相關的保密信息，並確保技術或商務條款中不存在任何傾向性或排擠性的款項，保障招投標過程中的規範性、安全性和公平性。本集團要求供應商簽署《廉潔誠信約定函》，對供應鏈腐敗行為始終採取零容忍態度。截至報告期末，本集團全體供應商均已簽署《廉潔誠信約定函》，所有供應商未發生涉及貪污腐敗或不正當競爭的訴訟案件。

為實現阿里影業廉潔制度得到有效落實，本集團在官網公佈舉報郵箱，鼓勵任何發現欺詐、貪腐、舞弊現象的員工或外部合作夥伴進行舉報。本集團採取嚴格的保密措施，杜絕任何針對舉報者的打擊報復行為，保障舉報者的安全。本集團廉正合規部將對接收的舉報信息進行專項調查，對涉及人員採取適當的紀律處分並對違反法律法規的人員，向有關部門上報並移交司法處置。報告期內，阿里影業及其員工涉及貪污訴訟的已審結案件數為0。

除上述披露外，並無與賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

1.4 數據安全與隱私保護

阿里影業重視數據安全管理與客戶隱私保護，建立了完善的管理體系和監管措施，堅守網絡安全底線，全方位保障用戶數據安全，為穩定運營打造堅實基礎。

數據安全

阿里影業高度關注網絡安全管理，重視客戶的個人隱私保護，建設安全有保障的數據安全管理架構，為集團穩定運營打造堅實基礎。本集團遵循《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《信息安全技術個人信息安全規範》等相關法律法規及國家標準，以及阿里巴巴集團的《數據安全總綱》《數據安全事件應急規範》《對外數據披露安全規範》及《用戶數據保護規範總則》等相關制度文件，明確了整個數據全生命週期的安全要求。

報告期內，阿里影業持續完善數據合規組織體系建設，董事會下設數據合規委員會，委員會下設數據合規決策小組、數據合規管理執行小組及風險事件應急響應小組。數據合規委員會負責對本集團在數據安全合規方面實際運營的成果定期向董事會匯報，由董事會對數據合規事項進行全面監督。



本集團要求全體員工遵循《阿里巴巴影業集團商業行為準則》中對數據安全和數據處理的規定，在數據的產生、收集、傳輸、儲存、使用、披露和銷毀等數據全生命週期中嚴格遵守法律法規及政策要求。阿里影業遵循合法正當、目的明確、最小必要、存儲限制、責任清晰可追溯等數據處理基本原則，將數據安全視為企業可持續發展的必要保障。本集團數據安全與隱私數據管理條例同樣適用於全體供應商。我們對供應商入網辦公設備安裝終端安全管控軟件，全面識別數據洩漏風險，對於發現的安全漏洞會進行攔截，並確保漏洞修復後才准許上線。

本集團建立了《數據安全事件應急響應SOP》，依照事件的嚴重程度、可控性、社會影響範圍等因素分為6級，並明確應急響應責任分工和處理流程，包括感知、上報、研判、定級、處置和覆盤。本集團將數據安全的防範分為事前攔截、事中檢測及事後處置三個方面，並依次設立了不同的措施。針對不同級別的數據安全事件，本集團對應開展年度專項演練。報告期內，本集團共完成一次實戰演練及一次桌面演練。演練內容涵蓋非法訪問、流量異常等場景，未發生信息安全及數據洩露事件。

事前攔截

- 高風險網站攔截
- 高風險軟件攔截
- USB禁用
- 敏感數據需要單獨申請權限才能訪問
- 攔截含有敏感信息的接口

事中檢測

- 強制部署終端安全產品，確保辦公軟件具備數據泄露檢測能力，並對員工文件外發行為進行檢測分析
- 掃描生產環境內的風險漏洞
- 對離綫數據濫用進行檢測

事後處置

- 嚴格遵循事件處理流程對已發生的數據事件開展調查、處置和責任追究
- 通過監管報告機制，嚴格遵循相關法律法規要求報告數據安全事件處置情況

本集團針對重點業務構建信息安全內控評價體系，從合規組織建設、合規制度、合規意識提升以及監督管理四個層面對隱私保護和信息安全進行了內部評價自查，並出具評估報告。

同時，本集團運營的信息系統已獲得由公安部核准頒發的信息安全等級保護備案證明，對雲智票務系統、鳳凰佳影Pro影院經營管理平臺、淘票票觀影決策系統、雲尚製片4個三級系統和燈塔專業版1個二級系統進行審核。截止報告期末，阿里影業所有基礎設施均由阿里集團及阿里雲提供，阿里雲取得的ISO 27001信息安全管理體系和ISO 27701隱私信息管理體系認證覆蓋阿里影業產品部署的雲環境。

本集團定期面向全體員工及管理人員開展數據安全與隱私保護專項培訓，培訓內容包括數據保護外部法律法規要求、集團數據安全紅線、辦公安全要求、用戶個人信息保護合規培訓，進一步加強數據安全保護體系，及時應對各種突發情況。報告期內，阿里影業共計開展6次數據安全專項培訓，覆蓋全體正式員工及外包員工。

隱私保護

阿里影業遵循《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律規定，制定了《個人信息收集操作規範》《個人信息使用操作規範》《個人信息存儲與刪除操作規範》《個人信息保護合規審計的管理要求與操作規範》《個人信息出境安全評估的操作規範》《個人信息保護影響評估的操作規範》《個人信息處理活動記錄與存檔的操作規範》《用戶個人信息行權的操作規範》《用戶個人信息投訴舉報的操作規範》《個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《與合作方傳輸個人信息的管理要求與操作規範》《個人信息處理與生命週期的管理要求》及各業務線產品隱私政策，以規範個人信息的使用和管理要求。為了確保用戶能夠及時了解個人權益，本集團對各產品的隱私政策進行公開，並提供全文及摘要方便用戶進行了解，和用戶之間構建透明、平等的關係。

表：阿里影業子業務線隱私政策

產品名稱	生效範圍	政策名稱
淘票票	網站、客戶端、小程序	《淘票票隱私政策》
燈塔	網站、客戶端、小程序	《燈塔隱私政策》
雲尚閱	網站、小程序	《雲尚閱隱私政策》

本集團在產品處理敏感信息時，為了確保數據的完整性和保密性，採用密碼技術，和安全的網絡傳輸協議等多項舉措確保數據處理的安全性。在研發過程中，本集團也對最終的數據保護功能進行審核，利用靜態掃描、動態檢測等方式確認常態環境下的安全性。在員工開展內部信息查詢時，本集團將身份證、密碼、手機號等敏感數據進行加密，如若需要查詢明文，要求內部員工單獨申請權限。在產品客戶端，本集團採用個人信息默認脫敏的方式進行呈現，為客戶減少信息泄露風險。

本集團旗下淘票票、燈塔等平台均在隱私政策中向客戶明確其在提供服務的過程中獲取若干數據，並提供給用戶訪問、控制、編輯及刪除的權利，確保用戶能夠自由控制個人信息披露。本集團承諾不出租、出售或向第三方提供個人信息，以保證用戶的信息安全。此外，本集團通過在產品和服務中添加「雙清單」功能，即個人信息收集清單和個人信息共享清單，實現個人信息收集、使用和共享的透明化，全面保障個人權益。

除上述披露外，並無與產品和服務隱私事宜相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

2 員工管理

阿里影業堅持以人為本的發展策略，持續完善人力資源管理體系，為員工營造平等、尊重、包容、多元的職場氛圍。本集團高度重視人才發展與培養，保證員工職業健康，增進員工福祉，致力與員工攜手成長，共創共贏。

2.1 平等僱傭

阿里影業尊重和保障員工權益，嚴格遵守《世界人權宣言》《國際勞工組織公約》《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》等國家政策及國際公約。本集團控股公司阿里巴巴集團已成為聯合國全球契約組織的締約方之一，阿里影業同樣遵守其中人權、勞工標準的倡議內容。

本集團健全內部僱傭管理體系，制定《員工招聘制度》《員工管理制度》《員工權益聲明》及《阿里巴巴集團員工紀律制度》等規章制度，規範員工招聘、解僱、工作時數、假期等管理，並在招聘、培訓及晉升過程中執行公開、公平、平等的用工政策，抵制任何形式的僱傭童工、強制勞工行為。為避免非法僱傭童工、未成年工及強制勞工，本公司於確認僱用前會要求求職者提供有效身份證明文件，以確保求職者可合法受僱。若本公司發現此類情況，將立即終止僱傭關係。報告期內，阿里影業未發生僱傭童工、強制勞工等違法事件。

阿里影業始終保持開放的心態和靈活的機制，積極吸納英才，打造優質團隊。基於業務需求，本集團制定科學合理的年度招聘計劃，在經相應管理層同意後逐步落實，並與獵頭公司和招聘平台保持良好的業務聯絡，進一步提高招聘效率和精準度。報告期內，本集團開展「阿里影業管培生」「一分鐘爆燈」等校園招聘項目，確保人才聘用渠道通暢，人才池儲備充分。

表：阿里影業招聘項目

管培生項目	為篩選和培育具備內容投資、製作、發行及商業方面潛質的優秀人才，本集團積極開展管培生項目，並塑造高度契合影業文化價值觀的員工。
一分鐘爆燈項目	本集團參與阿里巴巴集團「一分鐘爆燈」校園招聘宣傳片拍攝活動，以輕鬆幽默的方式詳細介紹了阿里影業的業務特點及文化氛圍。本次宣傳不僅有助於阿里影業僱主品牌建設，還吸引了優秀畢業生投遞簡歷，為打造人才梯隊提供有力支撐。

對於聘用人員，阿里影業依法與其簽訂勞動合同，保障其合法權益。截至報告期末，阿里影業共有員工1,393人，員工勞動合同簽訂率為100%。

阿里影業是職場平等、包容與多元的堅定倡導者。通過制定《阿里巴巴影業集團反性騷擾行為準則》《阿里巴巴影業集團商業行為準則》，阿里影業承諾不因員工性別、種族、國籍、身體狀況、宗教、婚姻狀況等因素產生歧視或騷擾行為。本集團面向全體員工開展包括「向歧視與騷擾說不」「新青年的自我修養」等多元化課程培訓，幫助員工構建職場多元包容意識，並提升其防範職場歧視與騷擾的自我保護能力。

表：報告期內阿里影業員工構成

指標		員工人數(人)
員工總數		1,393
按僱傭類別劃分的員工人數	全職員工	1,383
	兼職員工	10
按性別劃分的員工人數	男性	709
	女性	684
按員工層級劃分的員工人數	高級管理人員	16
	中層管理人員	58
	普通員工	1,319
按年齡劃分的員工人數	29週歲及以下	554
	30-50歲	836
	51歲以上	3
按地區劃分的員工人數	中國大陸	1,390
	港澳台員工	0
	海外員工	3

表：報告期內阿里影業員工流失情況

指標		員工流失 人數(人)	員工流失 比率(%)
整體員工流失率		275	19.74%
按性別劃分的員工流失率	男性	136	19.18%
	女性	139	20.32%
按員工層級劃分的員工流失率	高級管理人員	0	0
	中層管理人員	6	10.34%
	普通員工	269	20.39%
按年齡劃分的員工流失率	29週歲及以下	91	16.43%
	30-50歲	183	21.89%
	51歲以上	1	33.33%
按地區劃分的員工流失率	中國大陸	275	19.78%
	港澳台員工	0	0
	海外員工	0	0

阿里影業強化民主管理，打造平等的溝通與反饋渠道，及時獲取並傾聽員工聲音。本集團通過線上線下互動等多種形式，促進不同部門管理者、員工的交流。同時，本集團建立了保密且暢通的員工投訴及申訴渠道，對申訴員工信息及申訴內容進行保護，員工可及時反饋歧視、騷擾、及考核糾紛等現象，全面維護員工基本權益。

表：阿里影業員工溝通方式

Open day員工交流

Open Day活動為員工打造開放的交流平台，並在活動中向員工傳遞公司發展戰略及文化。該活動通過向員工收集匿名意見建議，對相關問題進行針對性解答和回覆。



圖：Open day員工交流現場

在線Booking

在線Booking作為管理者與員工溝通預約平台，為雙方提供個人成長及專業經歷的交流機會。

高管午餐會

高管午餐會以每季度一次的頻率召開，期間管培生同學與總裁或管理團隊共進午餐，並進行話題互動、主題分享、方案匯報等多樣活動，有效地增進管培生同學與管理層人員的溝通交流。

阿里影業定期開展年度員工滿意度調查，收集並傾聽員工反饋與期望。2023年，本集團面向全體員工發放滿意度調查問卷，涵蓋工作體驗、職場氛圍、成長性、領導力評價等，滿意度調查結果為81.62分。對於調查中員工反饋的職業成長、個人能力提升等意見，本集團積極開展重點人才晉升計劃，引進多樣培訓課程，針對性地協調優化，滿足員工需求。

除上述披露外，並無與員工解僱、招聘、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視及僱傭童工或強制勞工相關法律法規對本集團合規性有重大影響。

2.2 培訓發展

員工成長是企業持續發展的重要引擎。阿里影業關注每位員工的職業發展，優化晉升渠道，持續完善人才發展體系，支持員工實現個人價值。

本集團依照《員工培訓管理制度》全方位優化人才培養體系，分別針對新員工、管理層等不同人群豐富拓展員工培訓項目，聚焦員工在領導力、專業力、通用技能三個維度的提升，助力員工實現全面發展。本集團定期邀請監管機構、業務專家及內部管理團隊的代表進行課程分享，為員工提供更加多樣化、與時俱進的學習資源。

表：阿里影業培訓體系

新員工培訓	萌新計劃	該培訓聚焦科技設計主題，涵蓋業務概況、通用規範、技術體系精講等，並配合小組課題作業匯報、校招師兄分享、入職圓桌會及結課頒獎等活動。
	百影	該培訓包括影演業務介紹、影演文化宣貫、新人職業力提升、廉正合規意識等主題的學習和分享。報告期內，百影項目累計參訓達40人，幫助新員工全面、快速地了解工作內容。



圖：百影培訓結營照片

淬啄講堂

該培訓包括文章撰寫技巧、用戶調研與匯報、工作總結與匯報、業務線介紹等課程，幫助新入職的管培生同學熟悉業務內容、提高職場技能。



圖：淬啄講堂管培生培訓

管理者培訓

戰將營

該培訓項目面向管理者，幫助其提升基本管理素養，截至報告期末，戰將營培訓項目已覆蓋100%的管理人群。

新將班

該培訓面向新晉管理者，課程內容包括人力資源管理，團隊項目管理等，幫助新任管理者快速提升領導力，成為合格的管理者。報告期內，新將班參訓管理者人數超40人。



圖：新將班培訓課程

鴻鵠管理者訓練營 該培訓面向科技業務平台所有管理人員，內容涵蓋DISC人格特質分析、管理者領導力提升等內容，有效提升團隊管理者在業務管理的突破力。

深流班 該培訓組織新晉管理者向成熟管理者交流學習，由成熟管理者分享管理理念和方法並解答新晉管理者面臨的問題，助力新晉管理者累積管理經驗，快速提升領導力。

員工通用、
專業技能培訓

影享學堂

該培訓按月度開展，面向影演線員工，課程內容涵蓋邏輯思維、溝通技巧、壓力管理等職場通用技能，例如情緒壓力管理培訓、問題分析與系統化思考培訓、高效溝通培訓等主題。



圖：影享學堂

熒光課堂

該培訓面向影演線員工，旨在傳遞業務相關合規知識，提升員工法律合規知識素養。報告期內，熒光學堂已開展包括數據合規、廣告合規、算法治理等十餘期培訓。



圖：熒光課堂

涓滴小課堂 該培訓面向運營及產品團隊員工，已開展營銷運營合規實務指引等16期合規運營相關專題培訓，有助於員工提高安全合規意識，擴充專業知識儲備。

麥動花花同學會 該培訓針對演出線員工開展，內容包括用戶調研分享、演出SOP規則培訓及財稅法答疑培訓等專項業務學習和能力提升課程，助力演出線員工加深對演出業務規章制度的理解。



圖：麥動花花同學會

豐雀課堂 該培訓涵蓋通用技能、業務專業知識、斜桿技能三個方面，已開展EXCEL技能培訓、溝通力培訓、互聯網營銷合規培訓等系列課程，在加深員工對業務理解的同時，幫助員工提升自我技能。

淘麥學堂 該培訓面向淘麥郎線員工，內容涵蓋PPT、Excel等辦公軟件實用技能相關課程，有效提升員工辦公軟件使用效率。

表：報告期內阿里影業員工培訓情況

員工分類		受訓比例(%)	人均受訓時長 (小時)
按性別劃分	男員工	100%	15.30
	女員工	100%	16.33
按職級劃分	高級管理層	100%	17.32
	中級管理層	100%	18.65
	基層員工	100%	15.66

為提升阿里影業員工的項目管理和業務能力，本集團每年面向全體員工提供PMP項目管理專業人士資格認證¹和全國演出經紀人員資格認定考試(簡稱為經紀人認證)的名額和機會，並為通過的員工報銷相關考試費用。截至報告期末，已有19位員工取得PMP項目管理認證，163人完成經紀人證考試報名。

2.3 健康安全

阿里影業以減少職業病危害、打造安全舒適的工作環境為基本責任，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《工傷保險條例》《僱員補償條例》(香港法例第282章)等當地法律法規，制定《阿里巴巴影業集團商業行為準則》等內部制度，健全職工安全保障體系，最大程度地預防和減少職業安全風險的發生及其造成的損害。在過去的三年中，本集團未發生因工亡故事件，因工損失工作日數為0天。

阿里影業竭力為員工提供安全、健康的辦公環境，嚴禁員工在工作場所內使用任何程度的暴力，嚴禁員工持有或使用違禁藥品、管制器具或其他可能對公司員工安全造成影響的物品，嚴禁員工在工作場所內飲酒或處於醉酒狀態。此外，本集團劃定指定吸煙區域，禁止其他任何區域的吸煙行為。

¹ PMP項目管理專業人士資格認證，由美國項目管理協會(Project Management Institute，簡稱PMI)發起，嚴格評估項目管理人員知識技能的資格認證考試。

阿里影業全方位呵護員工身心健康，設立員工醫務室、健身房、母嬰室等全方位滿足各類員工的健康需求。本集團定期開展年度員工體檢，並與專業的醫療機構合作為員工提供一對一現場體檢報告及專項指標解讀服務。此外，本集團暢通員工健康諮詢服務熱線，為員工安排免費身心健康諮詢。本集團開設ihealth培訓課程，每季度邀請心理專家在線科普心理健康知識，幫助員工了解科學而實用的心理健康內容，提高員工疏解心理壓力的能力。

案例：阿里影業設置樓層「消防俠、急救俠」

阿里影業響應阿里巴巴集團號召，招募內部員工成為樓層「急救俠」和「消防俠」。「急救俠」由阿里健康、中國紅十字會、AHA(美國心臟協會)等專業培訓機構，對員工進行急救物資、急救知識等一系列的培訓。「急救俠」作為現場第一人，在發生意外時為職工提供急救服務；「消防俠」在火情發生時的緊急疏散指揮、日常消防隱患排除中發揮重要作用。

對於劇組拍攝過程中易發生健康安全相關問題的情況，本集團建立劇組安全生產責任制，與影視作品承製方進行合同約定，要求其遵守職業安全相關法律法規，督促其攝製全過程中所有安全保障及設施落實到位。此外，本集團為劇組演職人員在影片攝製工作期間定製意外傷害醫療保險。

除上述披露外，並無與提供安全工作環境和保障員工免受職業性危害的相關法律法規對本集團合規性有重大影響。

2.4 薪酬關愛

阿里影業遵循《阿里巴巴集團員工績效管理制度》，設置合理的員工績效評估及激勵機制，為員工提供有競爭力的薪酬體系。員工薪酬結構由固定薪酬、浮動薪酬、股權激勵三部分組成，每年根據員工績效表現進行調薪，鼓勵員工通過價值創造分享公司發展成果。

本集團依照阿里巴巴集團制度框架，設立並完善員工股權激勵計劃及評估機制，本集團及關聯公司的全部員工、顧問或董事均有資格獲授激勵性股票期權。報告期內，本集團股權激勵覆蓋員工374人。

在員工晉升方面，本集團制定《員工晉升管理制度》，通過綜合評估員工業績、能力、潛力，公司文化和價值觀踐行情況、任職時長、違紀情況等多重因素，客觀公正地進行員工晉升評估。

同時，本集團完善績效管理體系，採用自我評估、合作方評估、主管評價三維度評估方法，全面地評估每位員工的績效表現。若員工對績效評估結果有異議，可通過覆議申訴通道重新評估。本集團設置年度評優環節，頒發MVP個人及團隊、紅草莓獎等多種榮譽稱號，充分激發員工活力。

在打造具有競爭力的薪酬體系的基礎上，阿里影業致力於提供「有溫度的福利」，不斷健全覆蓋全體員工的福利體系，並適時開展各類人文關懷活動。

表：阿里影業員工福利體系

健康保障	<ul style="list-style-type: none"> • 依法為員工提供五險一金，並為每位員工及其父母、子女提供補充商業保險。此外，定製「阿里影業康乃馨父母關愛計劃」，每年為員工及其父母提供免費體檢。
生活保障	<ul style="list-style-type: none"> • 為員工提供帶薪年假、7天陪伴假期、iHome住房貸款。同時，為員工設置育兒假、陪伴假，在哺乳期間、子女3週歲以內的父母均可享有育兒假。
辦公保障	<ul style="list-style-type: none"> • 每月為員工發放交通補貼，並允許員工每週申請不超過一天的靈活辦公。
特色福利	<ul style="list-style-type: none"> • 發放員工生日電影票、活動觀影票，定期組織員工開展包場觀影活動。 • 為共同見證、記錄員工成長，本集團為員工設置了一、三、五、十年陳紀念日，並提供定製紀念品。
文體活動	<ul style="list-style-type: none"> • 定期開展團隊outing、傳統節日慶典及禮包發放、運動賽事、主題沙龍、線上話題分享等員工文體活動。 • 瑜伽派課程：面向所有員工免費提供瑜伽課程，提升員工身心健康狀態，報告期內已舉辦5期瑜伽課程。 • 輕鬆一夏，輕鬆一冬線上互動：每週於線上平台發佈「曬曬節假日照片」「分享好書好物」等話題討論活動，豐富了員工的文化生活。

案例：《獨行月球》專屬包場觀影活動

2022年7月，由阿里影業出品電影《獨行月球》上線後，本集團組織內部員工包場觀影，共享阿里影業影視發展成果，豐富了員工精神文化生活，共同營造良好和諧的工作氛圍。



圖：獨行月球包場觀影

案例：新春活動

2023年1月，本集團為員工準備影演新春禮包，內含巧克力、水杯、影演文化帆布包、護手霜等生活實用物品，最終發放1,370份。同時，本集團在北京、上海、杭州三個辦公區開展新春線下DIY活動，組織員工製作春節燈籠和賀卡，增進員工間情感交流。



圖：新春線下活動



圖：新春員工禮包

案例：女神節主題活動

2023年3月7日，本集團舉辦以「她成長的力量」為題的女神節沙龍活動，旨在促進女性同胞的交流與協作，在工作之餘適當放緩腳步與身心。



圖：女神節主題活動

除本報告所披露外，並無與員工晉升、薪酬、其他待遇及福利相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

3 產品責任

阿里影業嚴格關注產品和服務質量，致力於為客戶提供優質的影視內容和有溫度的服務體驗。本集團以優質作品為核心、構建正能量的業務生態，促進精神文明建設。同時，本集團重視知識產權維護以及廣告合規管理，積極履行企業社會責任。

3.1 傳遞正能量

本集團始終圍繞著「小人物、真英雄、大情懷、正能量」的內容價值觀，以影視作品和數字化產品為載體，弘揚正能量情懷，打造健康、積極的作品，樹立正直、陽光的企業形象。

內容文化傳播

阿里影業的部分業務覆蓋電影及劇集的製作、投資及發行，遵循《中華人民共和國電影產業促進法》《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，持續關注監管部門的指引和法規的更新，對電影及劇集的內容進行嚴格的把控和遴選，所有作品均在公映或參加電影節前取得相關監管機構的審批。

本集團參與出品、發行了一系列正能量的優質作品，以優秀的影視劇為載體，以積極、健康的態度向影視劇市場輸送內容，弘揚符合時代精神、展現中國力量的作品。我們出品並發行了多部優秀作品，例如在詼諧幽默中彰顯正能量的《獨行月球》，體現中國空軍力量的《長空之王》，凸顯「小人物，大力量」的《保你平安》，以及弘揚中國傳統文化美學的《新神榜：楊戩》等。本集團還參與出品了《毒舌律師》《人生大事》等熒幕佳作。除此之外，本集團聯合各製片方聯合發行、出品了一系列有價值深度的影視作品，如體現法律正義的優秀港片代表的《神探大戰》、描述人類面對災難時勇敢對抗的《流浪地球2》、記錄感人撤僑事跡並展示祖國力量的《萬里歸途》，以及講述戰爭時期的偉大英雄《無名》等作品。報告期內，本集團出品、發行的電影累計票房超130億，觀影人次破3億。



圖：電影《萬里歸途》海報



圖：電影《獨行月球》海報



圖：電影《保你平安》海報



圖：電影《毒舌律師》海報



圖：電影《無名》海報

同時，本集團籌備多個劇集工作室，以專業的角度創新製作劇集，講述弘揚正能量的故事，例如懸疑劇集《重生之門》《法醫秦明之讀心者》，情感劇集《點燃我，溫暖你》《熾道》《今生有你》，均得到了觀眾的認可。報告期內，阿里影業製作的都市女性群像題材《她們的名字》，以極具人格魅力的角色和優秀的故事，榮獲2022年度資本娛樂論金河豚榮譽推選年度劇集獎。



圖：電視劇《重生之門》海報



圖：電視劇《法醫秦明之讀心者》海報



圖：電視劇《熾道》海報



圖：電視劇《點燃我，溫暖你》海報



圖：電視劇《今生有你》海報

在參與作品發行時，本集團採取試映的方式對作品本身做出推測和分析，協助發行方在定剪階段和宣發階段根據觀眾口碑對作品進行調整。在電影定剪階段，本集團進行內部試映，通過挖掘真實的觀眾口碑和觀感，及時將建議和意見反饋給製片方和創作端，並依據建議進行優化。例如，在《白蛇2：青蛇劫起》試映會中，製片方根據觀眾建議進行優化，更好的提升了影片節奏，電影上映後獲得觀眾好評。

在電影宣發階段，本集團通過路演試映的方式，收集觀眾的正面和負面評價，有針對性地制定相關宣傳和預案。例如，阿里影業參與發行的電影《保你平安》在多個城市宣發試映，在取得良好口碑後採取大規模點映路演策略。

開發創新產品

阿里影業持續開發內容IP衍生品，通過與各類優質的IP合作，為市場帶來更多新穎、有趣的週邊產品。本集團以實現文化的傳遞為目標，以IP衍生品為載體促成了不同IP和產品的組合，形成既有新鮮感，又有意義的優秀產品。

報告期內，阿里魚授權的哈根達斯×盧浮宮聯名月餅冰淇淋項目備受好評，榮獲2022全球授權業卓越大獎「最佳授權商品(食品/飲料行業)」獎項。2023年1月，阿里魚獲得三麗鷗旗下凱蒂貓、美樂蒂、庫洛米等26個造型人物在中國大陸製造及銷售商品的獨家授權，致力於為用戶創造多樣化的衍生產品。

本集團旗下潮玩品牌「錦鯉拿趣」順應玩具熱潮，洞悉客戶需求，尋找具有話題熱度的IP進行創新。

案例：「錦鯉拿趣」推出《甄嬛傳》盲盒

「錦鯉拿趣」推出熱播影視劇《甄嬛傳》盲盒，以趣味的造型和新潮的設計吸引粉絲和用戶。2022年，憑藉著對市場的關注和對消費者心理的敏銳洞察，「錦鯉拿趣」不斷推出各類具有優秀設計理念的潮玩，榮獲「北京市品牌創新文創類創新獎」，並登上2022年度文化消費創新力金榜。



圖：錦鯉拿趣甄嬛傳盲盒

除了優秀的IP衍生物設計之外，阿里影業緊隨時代的步伐，將創新研發的重心投入數字化產品之中，開發了數字藏品、虛擬偶像等多項領先的數字化產品。阿里影業關注非遺文化傳承，旗下靈境文化將時下熱門的數字藏品與淘票票等業務主題結合，並將數字藏品與傳統文化、正能量影視作品關聯，形成具有文化屬性的優秀產品。報告期內，靈境首次推出數字藏品平台，方便用戶購買和收集推出的數字藏品。

表：阿里影業數字化產品

數字藏品

海上絲綢之路數字藏品	世界博物館日與南海博物館聯合發佈數字藏品，還原歷史文物風貌，將歷史在虛擬中實現傳承
《新民樂國風夜》音頻數字藏品	將優秀傳統文化IP以全新的形式引起人們的關注，展示出別樣的魅力
《獨行月球》數字藏品	國內首個與電影票務售賣聯動的數字藏品
《喜羊羊與灰太狼》數字藏品	首個電影數字紀念票
《我的時代和我》第二季視頻數字藏品	紀錄片行業首款視頻數字藏品

虛擬偶像

虛擬偶像厘里 Leah	阿里影業推出「超寫實數字人」 2022年9月擔任2022MLB世界大賽推廣大使
-------------	--

3.2 內容治理與廣告合規

本集團注重打造優質、先進的產品和內容，在合法合規的基礎上優化產品和廣告內容審核機制和流程，培育積極健康的網絡文化，為用戶營造風清氣正的網絡環境。

內容治理

阿里影業嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網信息服務管理辦法》《網絡信息內容生態治理規定》等相關法律法規要求，制定《淘票票安審團隊安全評估前置制度》《淘票票安審團隊網絡謠言、黑色產業鏈信息處置制度》《淘票票安審團隊跟帖服務管理制度》等內部管理制度，監管多個平臺的內容管理和網路安全，積極打造健康、清朗的網絡環境。

本集團制定內容審核機制，對於常見的文本違規內容建立敏感詞包，對用戶信息、評論、商品信息進行過濾，識別違規文本字符，過濾色情、廣告、人身攻擊等違規有害內容。同時，本集團接入內容過濾算法，對違規圖文、視頻進行識別和召回。

本集團建立了違法違規內容投訴舉報機制，提供多元化的舉報途徑，包括舉報郵箱、電話，並在產品資訊詳情頁、視頻播放頁、評價詳情頁等頁面均設有舉報入口。本集團設定舉報回應期限，舉報響應時長不超過15天，及時解決相關問題。

廣告合規

阿里影業制定《淘票票商業化廣告審核機制》《影演營銷活動合規評審規範》《差異化權益發放合規指引》等內部制度，明確營銷審核和廣告審核的審核標準以及審核流程。

本集團致力於打造合規、守紀和值得信任的營銷團隊。阿里影業合規治理與公共事務中心面向電影演出產品&設計中心、運營／電影演出市場營銷中心等多個部門對營銷內容、營銷形式等多方面開展培訓和合規檢查，杜絕違規營銷。報告期內，阿里影業共組織開展營銷培訓九場，近千名員工參與培訓，以進一步提高員工網絡營銷活動合規風險意識。同時，本集團已建立完善的廣告審核規則，對線上線下廣告投放開展內容、法務及安全方面的審核。截至報告期末，本集團共完成15個商業化廣告投放內容審核。

本集團電影、劇集製作、投資及發行業務以及科技類業務均不涉及產品質量安全問題，盲盒等IP衍生品均經過質量檢驗流程，預期不會產生因質量安全問題導致的回收情況。報告期內，未發生因產品安全問題出現的產品回收事件。

除上述披露外，並無與健康和 safety 以及產品和服務廣告相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

3.3 知識產權與版權保護

阿里影業注重維護知識產權和版權保護，建立了完善知識產權及版權的管理體系。本集團鼓勵員工開展創新研發工作，並嚴格審核創作和發佈內容的合規性，確保用戶及平台的合法權益不被侵犯。

知識產權

阿里影業不僅致力於保護自身知識產權利益，也充分尊重他人的知識產權成果。本集團遵循《中華人民共和國專利法》及《中華人民共和國商標法》等法律規定，制定《對外合作項目知識產權管理》等內部制度，構建並優化知識產權管理體系。本集團高度重視商標、專利、著作權、域名等方面的保護工作，對企業研發創新的成果及時進行註冊，維護創作者與企業的利益，同時對設計侵權的產品或內容採取必要性措施。

本集團設立知識產權激勵機制，並不斷優化專利獎勵辦法，在集團內營造良好的創新氛圍。本集團設置創新提案獎、專利申請獎及專利授權獎並提供不同的獎勵和金額。報告期內，本集團在知識產權方面獲得成果如下：

表：報告期內阿里影業獲取知識產權情況

類別	數量
商標	179
專利	1
版權(軟件著作權)	14
版權(作品著作權)	13
域名	6

版權保護

在涉及衍生品IP開發製作業務運營時，本集團遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國電子商務法》及《中華人民共和國食品安全法》等法律法規，嚴格遵守《綜合開發部衍生品業務管理流程》等內部制度，對衍生品開發的內容進行嚴格的判定，確保獲得版權方的合法授權。

表：各品類衍生品所遵守的相關法律要求

類別	法規
模玩、盲盒類衍生品	《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國產品質量法》
食品類衍生品	《中華人民共和國食品安全法》
美妝類衍生品	《化妝品監督管理條例》
音像製品類衍生品	《出版管理條例》《音像製品管理條例》

3.4 客戶服務

阿里影業始終以「客戶第一」為價值觀，通過全面、多元化的模式，為客戶打造舒適的服務體驗，並與客戶建立良好的溝通機制，對客戶需求進行及時反饋，持續為客戶提供優質、溫暖、極致的服務。

報告期內，本集團完成了NPS²體系建設，從「價格優惠、購票流程、會員服務、售後服務」等多個維度，進一步了解用戶對產品的滿意度。同時，通過NPS體系，本集團全面收集客戶問題反饋，對相關服務和業務進行分析、調整和優化，並從客戶的角度對產品和服務策略進行整改。

淘票票

淘票票依據阿里影業制定的《客戶反饋意見處理SOP手冊》等相關制度，從產品體驗和服務流程兩個方面對淘票票客戶反饋處理流程進行細緻優化，提升客戶服務體驗。

在產品方面，淘票票對App平台的版面及流程進行全面優化，為客戶完成操作提供便利的指引和醒目的標誌，減少用戶使用困難，提高客戶的觀感。考慮到客戶日常使用需求，本集團優化了產品智能反饋，以及實時物流信息，旨在為客戶提供便利。

² NPS：Net Promoter Score淨推薦值

在對產品進行優化之外，淘票票主動從客戶角度提升服務品質，在規則條件允許範圍內，為客戶提供智能改簽、退票服務，積極聯繫並處理客戶與影院之間的相關事宜。

報告期內，淘票票收到有關產品或反饋的客戶投訴數量合計3,732次，所有問題均通過與客戶的有效溝通和及時反饋得到了妥善處理。

燈塔

燈塔作為本集團旗下的數字宣發平台，致力於接收來自各界的反饋，積極探索行業發展規律，以數字化技術為核心提高宣發效率，為客戶賦能，降低客戶的產品風險。

本集團制定了《燈塔客戶服務SOP》，對客戶反饋意見進行收集、整理和評估，開展常態化的定期回訪機制並出具用戶回訪報告，通過線上問卷的方式進行調查，從而全面提升服務品質。針對企業端客戶，燈塔委派專人與客戶開展常態化溝通，針對客戶需求在24小時內進行回應。

此外，燈塔根據影片上映前在抖音、微博等宣發平台的熱度、市場近期票房走勢，結合影片的類型檔期、競爭環境等方面，為客戶提供票房預估、預售期每日票房、排片預估等多項服務，助力客戶實現票房目標。截至報告期末，燈塔服務電影劇集項目超過100個，合作影片票房近280億元，為客戶節省宣發預算20%。



圖：《獨行月球》票房趨勢預估

雲智

雲智是阿里影業旗下專業的影院數字化經營管理開放平台，致力於通過智能解決方案為影院端提供高新技術和優質產品。我們為客戶提供便於日常運營的智能排片服務，提高影院放映效率的同時分析現有影片的票房佔比、上座率等信息，為影院做好營業規劃。此外，鳳凰雲智聯合燈塔開發小程序，從動態監測、營銷效果分析等多維度為用戶分析影院業務流程和規劃，提供智能化、高效化的服務。

報告期內，雲智通過影院現場POS³服務的調研，完成了POS端產品升級改版方案，解決影院燈光下屏幕可讀性差，多類操作並發導致的系統反饋異常等問題，幫助影院提高現場業務效率。鳳凰雲智已覆蓋全國超過4,500家影城，精細化管理助力影城運營提效80%。

雲尚製片

雲尚製片是本集團將劇組內容生產和管理與數字化技術相結合創造的製片全流程數字化管理平台，覆蓋財務管理、拍攝管理、人員管理、流程管理、文件管理、劇本拆解等全流程數字化服務，推動影視行業工業化升級。

報告期內，雲尚製片已為300餘個劇組提供精準化管理，提高流程管理效率，把控項目品質和風險。截至報告期末，雲尚製片已累計拆解3,500個劇本，從風控、風險評估、財務管理等多方面為劇組製片提效30%。

³ POS：Point of Sales，一種商業應用的POS系統

4 生態共建

阿里影業積極履行企業社會責任，建立公平、公正的供應商管理體系，攜手夥伴實現共贏發展。本集團用實際行動回饋社會，履行綠色低碳承諾，開展社區公益活動，助力行業及社會實現可持續未來。

4.1 供應商管理

阿里影業致力於打造誠信合規、公開透明、綠色健康的可持續供應鏈，遵守阿里巴巴集團《阿里巴巴集團採購指引》《招投標細則規範》等通用管理制度，進一步加強全體供應商准入、評估、日常管理、退出全流程管理，嚴控採購環節涉及的環境及社會相關風險。截至報告期末，阿里影業的供應商數量共計253家，其中大陸248家、港澳台兩家、海外三家。

表：供應商全管理流程

供應商准入	要求供應商自主或由採購人員完成供應商信息填報，確保供應商篩選及採購工作的合規性。所有供應商准入前均需通過資質審核，其中包括整體規模、銀行開戶許可證明、行政處罰情況等，評審合格後才准許入庫。
供應商評估	從技術、質量、響應、交付、成本等多個維度對供應商進行評估，嚴格把控供應商的標準與質量。
供應商日常管理	對供應商進行分級管理，並對供應商開展動態評估、週期性評估及年度綜合評估，充分掌握供應商現狀。
供應商退出	參考評級、評估結果，及時清除交付表現差，合作金額小等不能滿足要求的供應商。

阿里影業積極打造可持續供應鏈，要求供應商維持高標準的商業道德，鼓勵供應商不斷提高環境及社會表現。本集團對供應商的ESG表現及風險進行評估，監控貪污腐敗、環境污染等違規行為，以落實供應商風險管理相關要求。

在環境保護方面，本集團依據《電子廢物污染環境防治管理辦法》《廢棄電器電子產品處理資格許可管理辦法》等環保法規要求，將《中國強制性產品認證》(China Compulsory Certification, 3C 認證)《關於限制在電子電氣設備中使用某些有害成分的指令》(Restriction of Hazardous Substances, RoHS)等環保要求納入供應商評估環節，並優先選取具有3C認證和RoHS認證的供應商，積極落實綠色採購理念。與此同時，本集團遵循《阿里巴巴供應商ESG行為準則規範》，建議供應商遵循六個環境相關領域的指導，其中包括：

- 1) 環境許可及報告；
- 2) 預防污染和節約資源的措施要求；
- 3) 有害物質及廢棄物質的系統性識別、標記和管理；
- 4) 溫室氣體排放；
- 5) 水資源管理；
- 6) 廢氣排放。

為進一步增強供應商在ESG議題的認知度，推動雙方健康長久的合作，本集團面向供應商等合作夥伴定期舉辦培訓活動，內容涵蓋業務流程指導、誠信廉潔宣講、職業安全 and 健康法律法規宣貫等。報告期內，本集團面向超過20個重點供應商，累計開展五場培訓。

4.2 社區公益

阿里影業始終以「公益的心態，商業的手法」的態度，結合自身特點為需要幫助的社會群體帶去幸福。本集團積極開展志願者活動，組織公益放映，為殘障人群、偏遠地區的觀眾賦能，為創造美好社會做出貢獻。同時，本集團切身實地的參與到鄉村振興與女性健康安全保護的活動當中。報告期內，阿里影業在社會公益項目的投入時間共計7,755.7小時，共計1,063名員工參與社會公益項目。

案例：阿里影業打造「無障礙劇場」

2022年，中國殘聯聯合阿里文娛公益共同打造面對視障人群的「無障礙劇場」，幫助視覺障礙人士感受光影世界，實現無障礙觀影。本集團通過與片方取得無障礙版權授權，利用視頻+語音的互動技術，賦予傳統電影新的面容，將《長空之王》《流浪地球》《我不是藥神》《飛馳人生》《唐人街探案2》等多部銀幕佳作呈現給視障人群，跨越數字鴻溝，讓所有的觀眾平等地感受精彩電影。自無障礙劇場上線以來，已為全國1,700萬名視障人士提供了免費的觀影服務，未來將不斷打破技術壁壘，讓更多精彩的作品得以呈現給視障人群。

阿里影業始終重視對鄉村兒童的關愛，通過「內容+科技」推動鄉村兒童公益電影放映服務，致力於讓有溫度的影視作品影響更多的觀眾。報告期內，本集團多次組織「淘票票星光點點」公益放映計劃，將溫暖帶給鄉村地區的兒童，為鄉村青年的文化生活增添色彩。

案例：「淘票票星光點點」公益放映計劃

2022年，阿里影業在寧波鄉村首次開展「淘票票星光點點」公益活動，並舉辦了五期《外太空的莫扎特》公益放映活動，獲得一致好評。此外，本集團又於北京鄉村舉辦了《獨行月球》與《交換人生》公益放映活動，對當地村民和兒童產生積極的影響，讓優秀的電影文化作品走入鄉村。



圖：《外太空的莫扎特》公益放映現場



圖：《交換人生》公益放映現場

阿里影業積極參與鄉村振興發展。結合自身業務優勢，為鄉村農產品銷售提供幫助。報告期內，阿里魚聯合KAKAO FRIENDS、天貓生鮮、手機淘寶芭芭農場，推出興農共富水蜜桃專項公益活動，讓高質量的產品通過更廣闊的途徑讓更多人知曉，幫助農戶將勞動成果銷售到各地，為鄉村振興貢獻力量。此外，本集團關心並保護女性身心健康，報告期內，阿里魚與大耳狗IP合作開展「大耳狗公益愛心之旅」為女性學生群體提供線上科普和青春期教育。

4.3 綠色運營

阿里影業堅持環境友好的可持續發展路線，加強環境管理，以實際行動減少自身運營的環境影響。本集團在阿里巴巴集團的領導下積極響應國家「碳達峰、碳中和」目標，與產業鏈合作共創低碳生態圈，推動社會向綠色低碳發展轉型。

氣候變化應對

為積極應對全球變暖現象，阿里影業將氣候風險管理納入到公司商業戰略和風險管理體系中。本集團開展氣候變化對業務發展風險與機遇的影響評估工作，並持續完善與氣候相關的風險防範策略和能力建設。

影視製作業務主要面臨因颱風、暴雨、洪水等極端自然災害發生帶來的物理風險。在極端災害天氣情況下，攝製組有可能面臨停工、財產及人員損傷情況，將直接造成經濟及人員損失；IP衍生品業務或將面臨供應鏈中斷，導致庫存不足而影響產品銷售。為降低此類氣候風險，本集團加強天氣監測和預警工作，制定科學合理的自然災害應急計劃，並為攝製組購置財產保險和人身保險。

在轉型機遇方面，本集團依托科技手段和數智化平台，在影視宣發、互聯網票務等業務中不斷探索技術升級，實現無紙化、數字化，這些技術將在國家低碳轉型中獲得更好的業務增量和發展機遇。

為減緩氣候惡化情況，阿里影業響應阿里巴巴集團碳中和及減碳承諾⁴，即：

- 不晚於2030年，實現自身運營碳中和(範圍1和2)；
- 不晚於2030年，協同上下游價值鏈實現碳排放強度比2020年降低50%(範圍3)；
- 通過助力消費者和企業，激發更大的社會參與，到2035年的15年間，帶動生態累計減碳15億噸(範圍3+)。

本集團通過減少傳統化石能源使用、增加清潔能源部署，採用辦公空間智慧化管理系統等方式減少溫室氣體排放。

⁴ 阿里巴巴集團碳中和承諾及目標請參照《阿里巴巴碳中和行動報告》。

智慧辦公：

- 智慧化日常辦公方案可以實現線上會議室預約、會議協作討論、會後自動關閉會議室電子設備等，實現無紙化辦公。
- 辦公設備管控系統「設備大腦」實時顯示辦公設備運行情況，可實現遠程關燈控點及根據人數變化設置不同時間段的自動關燈、自動根據環境溫度調控溫度等，節約設備的電能使用。

綠色辦公

阿里影業將綠色環保、節能降耗的理念融入公司運營，提高員工的綠色環保理念和參與度，用行動踐行綠色辦公承諾。本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，加強環境管理，將綠色低碳、環境友好原則落實於辦公和日常經營的各個環節中。由於業務特性，本集團在運營過程中不產生對環境和天然資源的重大影響、不產生廢氣、重大有害或無害廢物及重大廢水排放、亦不涉及成品包裝材料使用。報告期內，本集團未發生任何環境違規事件。

在資源使用方面，本集團響應阿里巴巴集團節水目標：到2025年，自有園區人均耗水量較2021年減少15%，並在園區內採用節水型設備和潔具，促進目標達成。此外，本集團不經營任何工廠，僅在辦公樓的公共區域設立供水設施，並採用市政用水，因此不涉及水源問題。

在廢棄物管理方面，本集團產生的廢棄物為辦公及生活垃圾⁵。對於可回收廢棄物，本集團設置分類垃圾桶，充分回收利用。對於不可回收的廢棄物，本集團交由市政部門進行統一無害化處理後合規排放。

⁵ 本集團廢棄物產量較低，對環境產生影響較小，因此暫未進行專門的數據統計，未來隨著業務逐步擴大，廢棄物產量進一步提高，將考慮逐步完善數據統計流程。

本集團實施了多種綠色辦公措施，其中包括：

- | | |
|--------|--|
| 節能改造 | <ul style="list-style-type: none">• 優化照明系統，在辦公區更換LED板燈，在地下車庫設置自動感應燈• 將打印機等辦公電子設備調至節能模式 |
| 循環利用 | <ul style="list-style-type: none">• 將打印機設置為默認雙面打印模式• 建立小郵局紙箱回收處，實現紙箱循環利用• 設立文具角，將可再次使用的打印紙、辦公用品統一放置，供員工二次使用 |
| 環保意識宣貫 | <ul style="list-style-type: none">• 提倡環保行為，如隨手關燈、關空調、爬樓梯代替電梯、自帶水杯等，提高員工環保意識• 鼓勵綠色出行，倡導員工使用順風車、結伴用車、公共交通等，減少員工出行的碳足跡• 鼓勵綠色打包，開展「有心低碳」活動，不使用一次性筷子、勺子和塑料袋• 倡導光盤行動，持續開展「有心光盤，量力而食」活動，減少食物浪費 |

表：報告期內阿里影業能源消耗情況⁶

指標	單位	2023財年數據
燃氣使用量	立方米	36,850.96
外購電力	兆瓦時	2,390.83
外購熱力	兆瓦時	364.22
綜合能源消耗量	噸標準煤當量	387.58
人均綜合能源消耗量	噸標準煤當量／人	0.28
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	1,588.28
溫室氣體排放總量(範疇一)	噸二氧化碳當量	80.56
溫室氣體排放總量(範疇二)	噸二氧化碳當量	1,507.72
人均二氧化碳排放密度	噸二氧化碳當量／人	1.14
用水量	噸	18,804.73
人均水資源消耗密度	噸／人	13.50

綠色劇組

阿里影業致力於實現全產業鏈的節能減排，倡導商業合作夥伴承擔綠色發展責任。本集團積極打造綠色劇組，通過推廣虛擬拍攝技術、劇組無紙化辦公、循環利用劇組資產等方式降低劇組能源消耗並提升資源利用效率。報告期內，本集團在淘票票平台推出「電子紀念票」，覆蓋平台99%影片，以數字票根替代傳統紙質票根，推崇綠色消費理念。

⁶表註：

1. 本集團租用阿里巴巴集團在中華人民共和國北京、杭州、上海、廣州等園區的工位，並與其他阿里巴巴集團的員工共同使用園區物業在辦公樓公共範圍內安裝的用能用水設施。能源資源使用量均取自阿里巴巴集團碳風系統，並根據工位比例進行折算。
2. 綜合能耗以及溫室氣體排放數據根據《綜合能耗計算通則》(GB2589-2020)以及24個行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南中對應折算係數計算而出。電網排放因子取自中華人民共和國生態環境部於2023年2月7日刊發之《關於做好2023—2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》，為0.5703 kgCO₂e/KWh。

案例：幀享虛擬拍攝

為解決傳統實景拍攝耗時長，耗能高，以及資源無法循環使用問題，本集團推出數字虛擬拍攝解決方案——幀享虛擬拍攝OS，並於2022年實現了從1.0到2.0的全面升級。幀享虛擬拍攝OS數字資產平台上有超過5,000條可重複使用的標準化虛擬拍攝場景，覆蓋各類街景、標誌性建築、不同季節天氣等，代替實際置景和道具，大幅降低時間、資源、交通運輸方面的浪費。報告期內，劇集《掃黑》《第五名發家》《脫軌》，電影《飛馳人生》《長空之王》均使用了虛擬拍攝。

案例：雲尚製片提供數字化解決方案

阿里影業雲尚製片為影視行業提供數字化解決方案，實現劇集與電影製作全流程無紙化操作。在拍攝前，雲尚製片可通過線上查看籌備進度；在拍攝中，現場監看、回看及場記單、財務審批單等均採用電子化方式；在拍攝後，審核者可通過在線看片取代硬盤郵寄和光盤看片形式，均有效地節約了製作過程中的資源消耗。

案例：劇組資產循環利用

阿里影業通過推行劇組資產回收循環，將劇組拍攝後的道具和服裝二次利用至更多拍攝場景中，降低廢棄服裝處理的環境影響。此外，本集團還將影視劇服裝進行公益拍賣，有效避免資源浪費。劇組資產循環利用上線以來，已累計服務超上千個劇組，建設低碳可持續發展產業鏈。

除上述披露外，並無廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等相關的法律法規對本集團合規性有重大影響。

ESG 索引表

環境、社會及管治指標			對應章節
環境			
A1： 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
A2： 資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.3 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	4.3 綠色運營

環境、社會及管治指標			對應章節
環境			
A3： 環境及 天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	4.3綠色運營
	關鍵績效指標 A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	4.3綠色運營
A4： 氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	4.3綠色運營
	關鍵績效指標 A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	4.3綠色運營
社會			
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1平等僱傭、 2.4薪酬關愛
	關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	2.1平等僱傭
	關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	2.1平等僱傭
B2： 健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.3健康安全
	關鍵績效指標 B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	2.3健康安全
	關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	2.3健康安全
	關鍵績效指標 B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	2.3健康安全

環境、社會及管治指標			對應章節
社會			
B3： 發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	2.2 培訓發展
	關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	2.2 培訓發展
	關鍵績效指標 B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	2.2 培訓發展
B4： 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1 平等僱傭
	關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	2.1 平等僱傭
	關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	2.1 平等僱傭
B5： 供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	4.1 供應鏈管理
	關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	4.1 供應鏈管理
	關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	4.1 供應鏈管理
	關鍵績效指標 B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	4.1 供應鏈管理
	關鍵績效指標 B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	4.1 供應鏈管理

環境、社會及管治指標			對應章節
社會			
B6： 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.4數據安全與隱私保護、 3.2內容治理與廣告合規
	關鍵績效指標 B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	3.2內容治理與廣告合規
	關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	3.2內容治理與廣告合規、 3.4客戶服務
	關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	3.3知識產權與版權保護
	關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	3.2內容治理與廣告合規、 3.4客戶服務
	關鍵績效指標 B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	1.4數據安全與隱私保護

環境、社會及管治指標			對應章節
社會			
B7: 反貪污	一般披露	有關防治賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.3 廉潔建設
	關鍵績效指標 B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.3 廉潔建設
	關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3 廉潔建設
	關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.3 廉潔建設
B8: 社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	4.2 社區公益
	關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	4.2 社區公益
	關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	4.2 社區公益

讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們真誠地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見以便我們持續改進工作，提高環境、社會及管治工作的能力和水平！

選擇性問題(請在相應位置打「✓」)

1. 對於阿里影業，您的身份是？

政府／監管機構 投資者 客戶 員工 觀眾及用戶

供應商和商業伙伴 其他(請註明)

2. 您認為阿里影業整體ESG表現：

很好 較好 一般 較差

3. 您對報告的總體印象是：

很好 較好 一般 較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

很好 較好 一般 較差

5. 您認為報告結構：

很合理 較合理 一般 較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

很好 較好 一般 較差

7. 您對阿里影業ESG工作有哪些期待？